

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor usaha jasa mengalami peningkatan yang cukup signifikan baik pada negara maju maupun negara berkembang. Menurut sumber dari The World Fact Book 2005 dipaparkan mengenai angka persentasi sektor jasa terhadap perolehan PDB (Produk Domestik Bruto) suatu negara dimana, Bahama 90%, Panama 80%, Amerika 79%, Jepang 74%, Prancis, Belanda, Inggris 73%, Kanada 71%, Meksiko 69%, Australia 68%, Singapura 67%, Malaysia, 59%, Argentina 53%, Brasil 51% (Lovelock *and* Wirtz, 2007:6-7). Sementara untuk Indonesia sendiri menurut Menteri Perindustrian Bpk. M.S. Hidayat pada Tahun 2008 sektor jasa berkontribusi sebesar lebih dari 47% terhadap PDB dan menyerap lebih dari 40% tenaga kerja (matanews.com). Fakta diatas menunjukkan peran besar sektor jasa dalam pertumbuhan ekonomi dunia. Perkembangan teknologi dan komunikasi sering dijadikan salah satu faktor yang mendorong terjadinya peningkatan peran sektor jasa dalam perekonomian dunia. Namun perlu juga diperhatikan, bahwa jenis produk jasa dan kualitas layanan yang diberikan mengambil peran yang cukup besar dalam sektor jasa itu sendiri.

Kebutuhan akan jasa kesehatan menjadi salah satu hal yang penting disaat angka pertumbuhan penduduk semakin tinggi (suar.okezone.com). Jasa kesehatan mencakup klinik pengobatan dan apotek dituntut untuk lebih berperan dalam membantu meningkatkan kualitas hidup dan harapan hidup masyarakat.

Peningkatan peran dapat dilakukan salah satunya dengan meningkatkan kualitas layanan yang disediakan. Kualitas layanan itu sendiri didefinisikan sebagai kualitas yang diharapkan dan yang diperoleh dari sebuah layanan yang ditawarkan, dan memiliki efek yang besar dalam membangun tingkat kompetitif sebuah perusahaan (Kurtz *and* Boone, 2006:365).

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (Kepmenkes RI) No. 1332/MENKES/SK/X/2002, tentang Perubahan atas Peraturan Menkes RI No. 922/MENKES/PER/X/1993 mengenai Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek, yang dimaksud dengan apotek adalah suatu tempat tertentu, tempat dilakukan pekerjaan kefarmasian penyaluran perbekalan farmasi kepada masyarakat. Sedangkan pekerjaan kefarmasian yang dimaksud sesuai dengan Ketentuan Umum Undang-undang Kesehatan No. 23 Tahun 1992, meliputi pembuatan, pengolahan, peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran, penyimpanan dan penyerahan obat atau bahan obat; pengadaan, penyimpanan, penyaluran dan penyerahan perbekalan farmasi lainnya dan pelayanan informasi mengenai perbekalan farmasi yang terdiri atas obat, bahan obat, obat asli Indonesia (obat tradisional), bahan obat asli Indonesia (simplisia), alat kesehatan dan kosmetika (informasi-obat.com). Apotek dengan obat-obatan sebagai produk utama yang dijual membuat kriteria penilaian kualitas layanannya memiliki sedikit perbedaan dengan penilaian untuk bidang ritel secara umum. Berdasarkan definisi diatas terlihat bahwa layanan apotek tidak hanya mencakup penjualan biasa tapi lebih kompleks dimana layanan apotek itu meliputi pengadaan, penyimpanan, peracikan, pencampuran, penyaluran, penyerahan dan bahkan

sampai pada pelayanan informasi mengenai perbekalan farmasi atau dengan kata lainnya terdapat aspek *tangible* yaitu produk obat-obatan, alat kesehatan dan kosmetik dan aspek *intangible* yaitu pengadaan, penyimpanan, peracikan, pencampuran, penyaluran, penyerahan dan pelayanan informasi mengenai perbekalan farmasi. Hal ini berarti pengukuran kualitas layanan pada apotek perlu untuk memperhatikan aspek-aspek tersebut. Adapun untuk produk obat yang dijual di apotek harus memenuhi ketentuan tentang registrasi obat yaitu berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1010/MenKes/Per/XI/2008 sehingga sudah memiliki standar yang sama untuk setiap apotek.

Apotek yang sekalipun memiliki sedikit perbedaan karakteristik dengan industri ritel lainnya tetap memiliki pelanggan yang juga memperhatikan kualitas layanan dari perusahaan. Hal ini terlihat dari studi sebelumnya yang dilakukan oleh Foscht *et al.*, (2006) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan apotek terhadap keahlian pegawai, lokasi apotek dan ketersediaan obat menjadi pendorong bagi timbulnya loyalitas pelanggan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gunawan (2000) untuk mengevaluasi kualitas layanan sebuah apotek di Semarang memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan apotek tersebut tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa, kualitas layanan merupakan salah satu hal yang dianggap penting bagi pelanggan apotek.

Hubungan antara konsumen dengan institusi atau profesi dalam bidang kesehatan diperantarai oleh salah satu unsur penting yakni kepercayaan. Hal

tersebut sesuai dengan pembahasan yang dilakukan Goold (2001) yang memaparkan pentingnya kepercayaan dan etik dalam institusi kesehatan (Goold, 2001). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen terhadap profesi kesehatan (Balkrishnan *et al.*, 2003). Kepercayaan konsumen terhadap jasa apotek sebagai salah satu bagian dari institusi kesehatan menjadi hal yang penting untuk dipelajari melihat perannya dalam membangun kepuasan konsumen. Lebih lanjut kepercayaan merupakan dasar untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen yang dapat menolong meningkatkan kesempatan bagi konsumen untuk tetap loyal terhadap perusahaan (Schiffman dan Kanuk, 2010:30).

Kepuasan konsumen apotek menjadi salah satu hal penting berikutnya dalam membangun performa industri apotek. Kepuasan adalah respons pemenuhan oleh konsumen menurut definisi oleh Richard Oliver (1997). Secara lebih mudah Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi oleh konsumen terhadap sebuah produk/jasa dalam bentuk apakah produk/jasa itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari konsumen. Kegagalan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi akan diterjemahkan sebagai ketidakpuasan terhadap produk/jasa tersebut (Zeithaml *et al.*, 2009:104). Jadi, disini terdapat keadaan dimana untuk mencapai kepuasan maka kebutuhan dan ekspektasi konsumen harus terpenuhi atau dengan kata lain dengan membangun kepuasan konsumen maka, secara tidak langsung industri apotek telah berusaha memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Hal ini tentu saja

berdampak positif bagi pihak penjual dalam hal ini apotek dan pihak pembeli dalam hal ini pelanggan apotek. Bagi pihak apotek dengan semakin meningkatnya kepuasan konsumen, maka diharapkan akan terbangun loyalitas terhadap apotek yang sesuai dengan hasil penelitian oleh Bastos *et al.*, (2001). Bagi pihak pelanggan, usaha apotek untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berarti telah turut serta untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan dalam hal ini masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang semakin baik.

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu hal yang ingin dibangun oleh setiap perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat dilihat sebagai cara mereka merasakan atau cara mereka berperilaku. Pelanggan dikatakan loyal sepanjang mereka secara berkelanjutan menggunakan produk atau jasa perusahaan (Zeithaml *et al.*, 2009:552). Loyalitas dalam konteks bisnis dijelaskan sebagai kemauan konsumen untuk mendukung sebuah perusahaan dalam jangka panjang, cenderung berdasarkan dasar eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan tersebut kepada teman dan koleganya (Loveloock dan Wirtz, 2007). Pelanggan yang loyal memiliki tautan emosional dengan penjual. Alasan mereka untuk tetap melakukan pembelian tidak didasari oleh kenyamanan toko, harga yang murah atau merek tertentu yang ditawarkan melainkan lebih daripada itu semua. Mereka memiliki niat yang baik terhadap penjual dan mereka akan mendorong teman dan keluarganya untuk melakukan pembelian dari tempat tersebut (Levy dan Weitz, 2007:294). Manajemen apotek-apotek di Manado mengharapkan terciptanya hubungan dengan konsumen yang baik dengan meningkatkan loyalitas konsumen

terhadap perusahaan sehingga dapat mendukung perkembangan industri apotek tersebut.

Perkembangan industri apotek di Indonesia cukup pesat terlihat dari pertumbuhan jumlah apotek dari tahun ke tahun. Pada beberapa tahun belakangan ini mulai bermunculan berbagai merek apotek yang dijual dengan sistem waralaba. Hal ini dipandang sebagai salah satu pendorong pertumbuhan jumlah apotek di Indonesia, karena sistem waralaba ini dinilai berhasil memberikan kemudahan pada peminat usaha apotek yang sebelumnya kesulitan dalam pengetahuan dan keahlian.

Tabel 1.1
Jumlah Apotek di Indonesia
Tahun 2000 – Tahun 2008

Tahun	Jumlah Apotek (satuan)
2000	6200
2003	7400
2005	8600
2008	10880

Sumber: ilmufarmasi.com

Adapun untuk mendirikan suatu apotek di Indonesia dibutuhkan beberapa tahapan pemeriksaan oleh Departemen Kesehatan. Tahapannya dimulai dari permohonan surat rekomendasi oleh Apoteker kepada Ikatan Apoteker Indonesia, kemudian pengurusan ijin ke Departemen Kesehatan Republik Indonesia melalui Dinas Kesehatan Propinsi, selanjutnya pengurusan tingkat kota/kabupaten melalui Dinas Kesehatan kota/kabupaten dan akan diadakan survei dilokasi yang

direncanakan untuk didirikan apotek oleh staf terkait dari Dinas Kesehatan. Meskipun pertumbuhannya cepat, perlu diperhatikan bahwa, apotek merupakan penyedia layanan yang berhubungan dengan kesehatan masyarakat sehingga perkembangan jumlah ini haruslah tetap didasari dengan kepedulian untuk memberikan pelayanan yang baik.

Manado sebagai ibukota Propinsi Sulawesi Utara memiliki potensi bidang jasa yang cukup besar, hal itu secara tidak langsung dapat terlihat dari jumlah tenaga kerja yang bekerja untuk sektor jasa pada Tahun 2008 adalah sebesar lebih dari 89% dari total keseluruhan angkatan kerja (BPS Manado). Salah satu hal yang menarik juga adalah pertumbuhan jumlah apotek di Manado yang cukup pesat. Sesuai dengan pengolahan data yang didapat dari BPS dan dari wawancara dengan salah satu pengurus IAI Manado (Ikatan Apoteker Indonesia) ditemukan perbandingan antara jumlah penduduk dan jumlah apotek di Indonesia pada Tahun 2008 perbandingannya adalah 1 : 20.680 dan di Manado perbandingannya adalah 1 : 7300. Keadaan ini bisa ditafsirkan sebagai sesuatu yang positif dimana masyarakat Manado semakin mudah mengakses apotek sebagai salah satu penyedia jasa kesehatan, sebaliknya juga bisa ditafsirkan sebagai suatu peringatan awal bagi penyelenggara jasa apotek, bahwa terjadi kenaikan tingkat kompetisi, sehingga mereka harus lebih fokus dalam meningkatkan kepuasan pelanggan lewat peningkatan kualitas layanan sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Bastos *et al.*, (2001) yang menemukan hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pada industri apotek di Portugis. Dengan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan itu juga, secara tidak langsung

berdampak bagi peningkatan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan yang lebih baik.

Beberapa hal yang mendukung penelitian yang akan dilakukan ini adalah, pertama, adanya beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kedua, penelitian-penelitian sebelumnya masih kurang mengambil bidang kesehatan sebagai bidang yang diteliti sehingga penelitian ini akan dibahas pada industri apotek. Ketiga, tingkat kompetisi pada industri apotek di Manado yang semakin tinggi membuat manajemen apotek di Manado perlu untuk meningkatkan kinerjanya. Keempat, penelitian tentang kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan ini akan memberikan manfaat bagi manajemen apotek di Manado sebagai referensi dalam usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada apotek di Manado?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada apotek di Manado?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada apotek di Manado?

4. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada apotek di Manado?
5. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada apotek di Manado?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada apotek di Manado?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang diajukan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan pada apotek di Manado.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada apotek di Manado.
3. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada apotek di Manado.
4. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada apotek di Manado.
5. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada apotek di Manado.
6. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada apotek di Manado.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Memberikan masukan dan informasi kepada pembaca sebagai bahan acuan khususnya mengenai hubungan Kualitas Layanan terhadap variabel-variabel Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dan tambahan informasi bagi pelaku usaha apotik mengenai peran Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan pada apotek di Manado.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan hasil penelitian ini akan diuraikan tiap-tiap bab secara lengkap.

Adapun sistematika secara terperinci adalah:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini terdiri dari empat bagian, di mana bagian pertama membahas tentang penelitian terdahulu yang sejenis. Bagian ke dua

berisi teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan sebagai bahan acuan. Bagian ke tiga berisi hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti Bagian ke empat berisi model penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai metode penelitian yang meliputi desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, populasi, sampel dan teknik pengambilan data, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat tentang profil responden, analisis deskriptif, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan masalah

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran atau rekomendasi untuk berbagai pihak terkait berdasarkan pada hasil penelitian